

Die Autobiographie des Unternehmers - Medium der Selbstbestimmung und der Konkurrenz um Moral

Brosziewski, Achim

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Brosziewski, A. (1995). Die Autobiographie des Unternehmers - Medium der Selbstbestimmung und der Konkurrenz um Moral. In H. Sahner, & S. Schwendtner (Hrsg.), 27. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Soziologie - Gesellschaften im Umbruch: Sektionen und Arbeitsgruppen (S. 43-47). Opladen: Westdt. Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-137762>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

II. **Sektion Biographieforschung**

Leitung: Wolfram Fischer-Rosenthal

Biographien, Konstruktionen der Kontinuierung und Novellierung

1. Die Autobiographie des Unternehmers - Medium der Selbstbestimmung und der Konkurrenz um Moral

Achim Brosziewski

Anhand von drei Archiven von Kaufmanns- und Unternehmerautobiographien (italienische Schriften aus dem 14.-16. Jahrhundert, französische aus dem 19. Jahrhundert, US-amerikanische aus dem 20. Jahrhundert) soll die These entwickelt und geprüft werden, daß die Erwerbsethik (versinnbildlicht in Benjamin Franklins Ausspruch "Zeit ist Geld") weniger als ein Produkt einer bestimmten religiösen Lehre (Weber) oder einer bestimmten psychologischen Attitüde (Sombart), sondern besser als ein Produkt schriftlicher Selbstvergewisserung verstanden werden kann. Das Medium dieser Selbstvergewisserung ist die autobiographische Schrift, derer sich auch einige Kaufleute und Unternehmer im ausgehenden Mittelalter und in der frühen Neuzeit bedient haben. In diesem Medium wird - in Analogie zum gebräuchlichen Ordnungsverfahren der Geschäftsangelegenheiten - *die Metapher von der Lebensbilanz* ausgearbeitet und der Ordnung der Lebensdinge dienstbar gemacht. Die Aussage "Zeit ist Geld" ist nicht mehr als eine Kurzformel für dieses metaphorische Projekt.

I. Die Autobiographietendenz in spätmittelalterlichen Kaufmannsbüchern

Die Anfänge des sozialen Aufstieges des Kaufmannstandes liegen in Italien, in der Epoche zwischen dem 11. und dem 13. Jahrhundert, die von Jacques Le Goff (1993, S.12-13) die *Zeit* der kommerziellen Revolution genannt wird. Diese Phase bringt auch die Erscheinung des "schreibenden Kaufmanns" hervor (Bec 1967). "Scrivere" (schreiben) ist nach Christof Weiland (1993, S.1) neben "fare" (machen) ein Zauberwort jener Zeit. In der alltäglichen Geschäftspraxis wurde Schreiben vor allem für eine umfangreiche *Registriertätigkeit* eingesetzt. Die Handelslehre schrieb vor, jede Transaktion - und sei ihr Umfang auch noch so klein - mit Zeitpunkt, Namen der Beteiligten sowie all den quantifizierbaren Eigenschaften der getauschten Objekte (Maße und Preise) und auch den wichtigsten qualitativen Eigenschaften laufend in die Geschäftsbücher einzutragen und regelmäßig Bilanz über alle Guthaben und Schulden zu ziehen, für all seine Geschäfte Bonus und Malus festzustellen. Nur so behalte der Kaufmann den Überblick über seine Verpflichtungen und seine Chancen.

Schreiben ist Arbeit an der Erinnerung, am Gedächtnis. In den Geschäftsbüchern werden die finanziellen Verbindlichkeiten registriert und für den Tagesbedarf memoriert. Doch die kaufmännische Schreibfähigkeit hat nicht nur Zahlenwerke hervorgebracht. Von besonderem Interesse

sind hier die Familienbücher, in denen alle verwandtschafts- und erbrelevanten Ereignisse registriert und kommentiert wurden¹. Christof Weiland (1993) hat die Familienbücher von sieben italienischen Großkaufleuten untersucht, die alle zwischen 1300 und 1580 in den norditalienischen Handelsstädten gelebt und geschrieben haben. Die Schreiber hatten durchweg die Stellung des Familienoberhauptes inne, die ihnen auch einen privilegierten Zugang zu den überlieferten Familienbüchern sicherte. Diese Stellung als Familienoberhaupt und damit als Statthalter der Familientradition gab allen Chronisten zentrale Elemente ihres Schreibprogrammes vor. Für mein Erkenntnisinteresse - die Frage nach der schriftlich festgehaltenen Selbstdarstellung des Kaufmanns - sind drei Textkonstanten besonders relevant.

- (1) Der Schreiber stellt sich der Aufgabe, die Verwandtschafts- und die Vermögensverhältnisse der Familie zu fixieren, die Nachfolgebeziehungen und Erbschaftsansprüche - Genealogie und Patrimonium - zu ordnen. Dieses zentrale Element des Schreibprogrammes macht aus den Familienbüchern ein äußerst umfangreiches Faktenregister, in dem Namen, Daten und Zahlen listenweise aneinandergereiht sind.
- (2) Eine zweite Textkonstante stellt der intendierte Rezipientenkreis dar. Stereotyp rufen die Schreiber zu Beginn all ihrer Schriften den Namen Gottes an. Nicht nur ihr Leben, sondern auch ihr Schreiben vollzieht sich *sub specie aeternitatis*. Diese Gottesaufsicht verpflichtet sie im Schreiben zum Bemühen um Wahrheit und Aufrichtigkeit. Darüberhinaus stellen sie ihr Schreiben in den Dienst der Familientradition, der Weitergabe ihres Wissens und ihrer Einsichten an ihre Nachfolger und Erben. Die Arbeit am Familienbuch ist intendiertermaßen Erinnerungsarbeit, nicht für eine "Öffentlichkeit" im heutigen Sinne, sondern für einen sehr "privaten" Kreis bestimmt.
- (3) Die dritte hier zu erörternde Textkonstante betrifft die Autobiographietendenz der vorliegenden Schriften. Diese Tendenz ist in den sieben Fällen sehr verschieden ausgeprägt. Vorwiegend werden sachlich-nüchtern und listenartig Namen, Daten und Summen rapportiert. In den autobiographischen Textstellen, die die Auflistung von Daten und Fakten unterbrechen, bearbeiten die Verfasser - oft im Zusammenhang mit Todes- und Krankheitserfahrungen - Sinnfragen ihres Lebens. Man schrieb - dies auch mehr oder weniger deutlich zugestehend - auch *für sich selbst*, um Klarheit über seinen *Stand vor Gott*, seinen Stand im Leben *und* im Himmel zu gewinnen.

Für meine Fragestellung ist vor allem interessant, wie, mit welchen Darstellungsmitteln und -formen, es den Verfassern gelingt, im Hinblick auf "die Sorge um sich" (Foucault) ein personales "Ich" in die teilweise monumentalen Register der Genealogie und des Patrimoniums *hineinzuschreiben*. Goro Dati beispielsweise, Sohn einer verzweigten und wohlhabenden Kaufmannsfamilie, selber Vater von 26 Kindern aus vier Ehen, schafft sich für die Darstellung persönlicher Anliegen Platz, indem er zusätzlich zum Familienbuch ein "libro segreto", ein Geheimbuch anlegt. Auch in diesem Buch werden zahlreiche Familien- und Geschäftsbelange registerartig dokumentiert, aber es findet bereits eine Auswahl aus den anderen Quellen statt. Diese Auswahl schafft einen bescheidenen Raum für die Darstellung persönlicher Empfindungen und Gedanken. Vor allem Geburten und Todesfälle werden von Dati nicht mehr nur nüchtern notiert, sondern durch die Verwendung von Adjektiven mit einer persönlichen Stimmungsfarbe versehen.

An zwei Stellen des libro segreto weitet sich die Personalisierung des Verfassers zu regelrechten Bekenntnistexten aus². Mit 48 Jahren, in einer von finanziellen Nöten und anderen Schicksals-

schlagen gekennzeichneten Phase, überdenkt er sein Leben. Dati kommt zu dem Schluß, daß seine Misere durch eine Lebensführung verursacht worden sei, die er als "disutilmente", als "unnützlich" und damit sündig gegen Gottes Gebote kennzeichnet (Weiland 1993, S.25). Zwecks Selbstläuterung will er sich an drei Grundsätze binden: Sonn- und Feiertags nicht arbeiten noch jemanden für sich arbeiten lassen, Freitags die Fastengebote einhalten und täglich Almosen geben - Selbstgebote eines Kaufmanns, der in Finanznöten steckt! 25 Jahre später, dreiundsiebzigjährig, resümiert Dati - bezugnehmend auf seine diversen Ricordi und auf sein früheres Bekenntnisschreiben - die Ereignisse seines Lebens und versucht - an seinen Nachfolger gerichtet - eine Lehre aus ihnen zu formulieren. Der *Darstellungsmodus* dieses Resümées ist die *Bilanz*; also jenes Darstellungsformat, das dem Kaufmann im praktischen Lebensbereich zur Ordnung seiner Geschäftsbelange dient, das ihm im ereignis- und datenüberladenen Geschäftsverkehr die Bewahrung einer *Übersicht* und eine *Bewertung* ermöglicht. Diese Projektion eines Darstellungsformats begründet die Rede von der "Lebensbilanz". Die bilanzierende Selbstdarstellung ist stark genealogisch, an der Frage nach dem Woher und dem Wohin der eigenen Person in der Generationenfolge orientiert. Sie ist Erinnerungs- und Besinnungsarbeit zugleich. Sie ist, um einen Titel von Christian Bec (1967, S.301) zu zitieren, der Versuch, die Geschäfte und den Platz des Menschen in der Welt in einen Zusammenhang zu bringen; den Stand vor Gott an den Taten und ihren Folgen, und nicht an der "hohen" oder "niedrigen" Geburt des Menschen zu ermessen.

Auch die fünf weiteren Kaufmannsautobiographien können als Arbeit an dieser Moral gelesen werden. Es geht immer um die Einordnung der eigenen Person in eine familiäre Genealogie, in der auch dem Stand des Familienvermögens eine wichtige Bedeutung zugemessen wird. In allen bekennenden Abschnitten werden schließlich moralische Prinzipien formuliert, die der Selbstvergewisserung über den Stand vor Gott und der Orientierung der Nachkommen dienen sollen. Man betont dabei auch den Wert gewerblicher Tätigkeit, das Streben nach Wohlstand und um öffentliche Anerkennung, für den Zusammenhalt der Familie und für den Platz des Einzelnen im Kollektiv.

Man kann also schon in den Schriften der römisch-katholischen Kaufleute des ausgehenden Mittelalters jenes Prinzip der "Gnadenwahl" erkennen, das Max Weber der Lehre Calvins zuschreibt. Was die von Weber behandelte Variante des Protestantismus mit den hier vorgestellten Selbstbekundungen italienischer Kaufleute verbindet, ist *die personenunmittelbare, den Klerus ausschließende Kommunikation mit Gott*. Der schreibende Kaufmann führt all seine Bücher ausdrücklich "im Namen Gottes". Er hat Gott nicht nur in der Beichte, sondern auch in seinen Büchern Rechenschaft abzulegen - und dies anders als in der Beichte permanent. *Die Repräsentanten der Kirche fehlen im Adressatenkreis der kaufmännischen Schriften*. Die Kaufleute arbeiten den kirchenoffiziellen Sündenverdacht unter Hinweis auf die familialen und personalen Erfolgs- und Mißerfolgsbilanzen ab, die Gott, der alles sieht, ohnehin nicht verborgen sind. Diese Bilanzen - die ja Bonus und Malus offenbaren - deuten sie in ihrer eigenen Moralistik als sichtbare Zeichen der Achtbarkeit und der Gefährdetheit ihres Standes vor Gott.

II. Die säkularisierte Unternehmerautobiographie

Im 16. und 17. Jahrhundert beginnt nach Habermas die Entwicklung einer "bürgerlichen" Variante von Öffentlichkeit, die die repräsentative Öffentlichkeit der großen und kleinen Rituale

zwar nicht ersetzt oder gar verdrängt, gegenüber dieser jedoch immer mehr an sozialer Breitenwirkung gewinnt. Der Ansatz einer bürgerlichen Moral überschreitet die Grenzen eines "privaten" Leserkreises, das entsprechende Schrifttum gewinnt in den neuartigen Assoziationen - bürgerliche Salons, Vereine, Lesezirkel, Debattierkreise usw. - eigene Foren der Öffentlichkeit. Arbeitsbereitschaft und Erwerbsstreben brauchen in diesen Öffentlichkeiten ebensowenig wie weltlicher Erfolg ausdrücklich legitimiert zu werden. Die teil-öffentlichen Zirkel nehmen sich auch der Frage nach der rechten Moral und Lebensführung an. Die bürgerliche Stimme verschafft sich eigene Publikationsforen (die "moral weeklies", siehe Habermas 1991, S.105-107).

Vor dem Hintergrund eines gleichgesinnten, pädagogisch-moralisch interessierten Publikums gewinnt die *Mitwelt gegenüber Vor- und Nachwelt* des kaufmännischen Autobiographen *an Gewicht*. Die Person des Schreibers figuriert nun weniger als genealogisches, sondern mehr und mehr als *zeitgenössisches* Exemplum für die rechte Lebensführung. Philipp Lejeune (1982) hat alle autobiographischen Schriften von französischen Geschäftsleuten aus dem 19. Jahrhundert auf ihre thematischen Motive und erzählstrukturierenden Muster hin untersucht. Das dominante Thema dieser personenorientierten Schriften ist - bis auf wenige Ausnahmen - die Frage nach den Bedingungen des persönlichen Erfolges; laut Lejeune das moralische Thema jener Epoche schlechthin. Der erfolgreiche Kaufmann und Unternehmer ist dabei der Prototyp des "selfmade man", der ungeachtet des Standes seiner Geburt dank eigenem Bemühen einen geachteten Platz in der Welt errungen habe. In den Autobiographien des exemplifizierenden Typs ergreifen die Verfasser *"die Stimme des Erfolges"* und *sprechen deren Lehre aus* (ebd., S.210). Aus den Ereignissen und Episoden ihrer Lebensgeschichten, aus den eigenen und den Erfolgen und Mißerfolgen, Siegen und Niederlagen ihrer Mitmenschen synthetisieren sie jene Personenqualitäten, die sie als grundlegend für eine individuelle Erfolgsgeschichte ausmachen: Mut und Energie (ebd., S.221).

In der Moderne sind Familien- und Tagebücher mehr und mehr Privatzweck geworden, die *Weltkoordinaten der Person* werden von der Verwaltung, von den Massenmedien und den Nachrichtendiensten besorgt. Das Geschäft der Biographie wird von professionellen Schreibern besorgt: von Schriftstellern, Historikern, Journalisten und neuerdings auch von Soziologen. Die Unternehmer- und Manager"auto"biographien des 20. Jahrhunderts werden von "Geisterhand" (ghost writern) geschrieben. Lebensberichte werden selbst auf Märkten gehandelt, und die schriftlichen Fassungen der Erzählungen werden nicht durch eine antizipierte Öffentlichkeit moralischer Provenience, sondern durch eine antizipierte *Popularität* strukturiert. Erfolgreiche Unternehmer - so Klaus Hansens Befund in seinen Untersuchungen zu amerikanischen "Auto"-Biographien des 20. Jahrhunderts - fungieren in ihren Lebensberichten als typische "Helden" unserer Zeit, die mit allen bekannten Sekundärtugenden - wie Disziplin, Fleiß, Flexibilität - ausgestattet sind und sich vom Stereotyp des Normalbürgers nur durch ein besonderes Maß an Menschenkenntnis, Intuition und Willenskraft unterscheiden würden (Hansen 1992, S.7-11).

Die Moral ist die schon aus dem 19. Jahrhundert bekannte Moral der Erfolgsgeschichte. Soziologisch gesehen ist in diesem Zusammenhang vor allem die *soziale Funktion von Lebensgeschichten und Mythen* beachtenswert. In ihnen gewinnen für Erzähler und Zuhörer gleichermaßen Figuren Profil, die in jeder Richtung zur Handlungsorientierung dienen können - der Rezipient kann sich an ihnen oder auch gegen sie orientieren, er kann sie darüberhinaus auch einfach ignorieren.

Der schreibende Kaufmann hat sicherlich keine aufsehenerregenden Beiträge zur Erzählstilistik der Autobiographie geleistet. Aber er hat - seine eigene Lebensgeschichte in die Geschäfts- und Familienbücher hineinschreibend - eine synthetisierende Formel geschaffen, die als Topos - wie Weiland in seiner Analyse von Künstler- und Klerikerautobiographien zeigte - nicht nur die schriftlichen Selbstvergewisserungen des Kaufmannstandes strukturiert: die Formel von der Lebensbilanz, die "Erfolge" und damit *Schicksalsbannung* sichtbar macht, in die Wertvorstellungen projiziert und aus der Lebensmaßstäbe extrahiert werden können. Franklins Tugendkataloge und Planformate können als eine mögliche, recht rigide Anwendung dieses Synthesepinzips, das auf Schriftlichkeit und Selbstverwaltung basiert, gelesen werden.

Anmerkungen

- 1) Adolf Rein (1989) sieht in der hausverwalterischen Notizsammlung und der ihr angegliederten Familienchronik des ausgehenden Mittelalters auch die Ausgangsbasis für das ganze Genre der spezifisch bürgerlichen Tagebücher in der Renaissance. "Aus der Familienchronik entsteht das individuelle Tagebuch." (S.333)
- 2) Den engen Zusammenhang von Biographie und Bekenntnis hat Alois Hahn (1982) herausgestellt.

Literatur

- Bec, Christian (1967), *Les marchands écrivains. Affaires et humanisme à Florence 1375-1434*. Paris - La Haye.
- Habermas, Jürgen (1991), *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main.
- Hahn, Alois (1982), Zur Soziologie der Beichte und anderen Formen institutionalisierter Bekenntnisse: Selbstthematisierung und Zivilisationsprozeß, in: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 34: 408-434.
- Hansen, Klaus P. (1992), *Die Mentalität des Erwerbs. Erfolgsphilosophien amerikanischer Unternehmer*. Frankfurt am Main.
- Le Goff, Jacques (1993), *Kaufleute und Bankiers im Mittelalter*. Frankfurt am Main.
- Lejeune, Philippe (1982), *Autobiographie et histoire sociale au XIXe siècle*, in: *Revue de l'Institut de Sociologie (Solvay)* 55: 209-234.
- Rein, Adolf (1989), Über die Selbstbiographie im ausgehenden deutschen Mittelalter (orig. 1919). In: Niggel, Günter (Hg.): *Die Autobiographie. Zu Form und Geschichte einer literarischen Gattung*. Darmstadt, S: 321-342.
- Weiland, Christof (1993), *"Libri di famiglia" und Autobiographie in Italien zwischen Tre- und Cinquecento. Studien zur Entwicklung des Schreibens über sich selbst*. Tübingen.

Achim Brosziewski, Hochschule St. Gallen, Soziologisches Seminar, Tigerbergstr. 2, CH-9000 St. Gallen